

Türkiye Katılım Bankacılığı
Büyüme yolundaki önemli adımlar



İçindekiler

1. Bölüm: Dünya’da katılım bankacılığı ve Türkiye’nin konumu	2
2. Bölüm: Türkiye’de katılım bankacılığı değerlendirme	8
3. Bölüm: Katılım bankacılığı gelecek trendleri	12

Bu yayın ile içeriğindeki bilgiler, belirli bir konunun çok geniş kapsamlı bir şekilde ele alınmasından ziyade genel çerçevede bilgi vermek amacıyla taşımaktadır ve aralarında Deloitte Türkiye’nin de bulunduğu hiçbir Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye firması, bunlarla ilgili sarıh veya zımnî bir beyan ve garantiye bulunmamaktadır. Yukarıdakileri sınırlamaksızın, hiçbir Deloitte üye firması, söz konusu materyaller ve içeriğindeki bilgilerin hata içermediğine veya belirli performans ve kalite kriterini karşıladığına dair bir güvence vermemektedir. Buna uygun şekilde, bu materyallerdeki bilgilerin amacı, muhasebe, vergi, yatırım, danışmanlık alanlarında veya diğer türlü profesyonel bağlamda tavsiye veya hizmet sunmak değildir. Bilgileri kişisel finansal veya ticari kararlarınızda yegane temel olarak kullanmaktan ziyade, konusuna hakim profesyonel bir danışmana başvurmanız tavsiye edilir. Materyalleri ve içeriğindeki bilgileri kullanımınız sonucunda ortaya çıkabilecek her türlü risk tarafınıza aittir ve bu kullanımdan kaynaklanan her türlü zarara dair risk ve sorumluluğu tamamen tarafınızca üstlenilmektedir. Deloitte Türkiye ve diğer Deloitte üye firmaları, söz konusu kullanımdan dolayı, (ihmalcilik kaynaklı olanlar da dahil olmak üzere) sözleşmeyle ilgili bir dava, kanunlar veya haksız fiilden doğan her türlü özel, dolaylı veya arazi zararlardan ve cezai tazminattan dolayı sorumlu tutulamaz.

Dünya'da yaklaşık 50 yıldır Türkiye'de ise 30 yıldır faaliyet gösteren İslami bankacılık ve faizsiz bankacılık diye de bilinen katılım bankaları dünya çapında 2012 yılı sonunda, bir yıl öncesine göre ortalama 20,4% büyüyerek yaklaşık 1,6 trilyon ABD Dolarına ulaşmış bulunmaktadır.

İslami Finans kurumlarının ilk adımı 1963 yılında Mısır'da kurulmuş olan Mit Gamr Katılım Bankası ile atılmıştır. 1975 yılında ağırlıklı Müslüman ülkeler tarafından İslami kurallara uygun bölgesel ekonomik kalkınmaya yönelik İslam Kalkınma Bankası kurulmuştur. Aynı yıl dünyadaki ilk gerçek anlamda İslami prensiplerle donanımlı Dubai İslam Bankası kurulmuştur. 1980 ve sonrasında Körfez ve Ortadoğu ülkelerinin hızlı ekonomik gelişimleri sonucunda katılım bankalarının sayısı önemli bir ivme ile artmış, ürün ve hizmetlerinde çeşitlilik hızla gelişmiştir. Pek çok ülkeye yayılmaya başlayan katılım bankaları, 1985 yılında Kuveyt Türk ve Albaraka Türk Katılım Bankaları kurulması ile Türkiye pazarına giriş yapmıştır. Hızlı büyümenin en önemli etkenlerinden biri, 1990 yılında kurulan İslami Finansal Kuruluşlar Muhasebe ve Denetim Organizasyonu (AAOIFI) ve 2002 yılında kurulan İslam Finansal Hizmetler Kurulu (IFSB) gibi bağımsız düzenleyici ve denetleyici kuruluşların kurulması ile birlikte katılım bankalarının belirli standartlar çerçevesinde işlevlerini sürdürmeleri sağlanmıştır.

Katılım bankalarının büyüme etkenleri arasında aşağıdaki başlıklar ön plana çıkmaktadır:

- Körfez bölgesi ülkelerinin petrol ile gelişen ekonomilerinin zaman içerisinde alternatif yatırım alanları ile de hızlı büyümesi,
- Yatırımcıların İslami Finansal Enstrümanlar hakkında bilgilenmesi ve iştâhının gelişmesi,
- Körfez ülkelerinde özelleştirmelerin artması ve altyapı projelerinin gelişmesi,
- Yasal düzenlemeler konusunda gerek sosyal yapı gerekse finansal çerçevede önemli adımların atılması
- İslami Finans'ın Avrupa ve ABD gibi ağırlıklı müslüman olmayan ülkelerde de kullanılabilir hale gelmesi

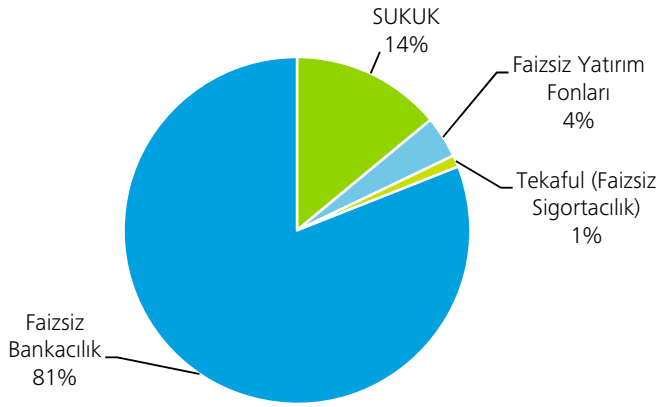
Bu çerçevede, Türkiye'de ilk olarak 1985 yılında kurulan Katılım Bankaları son 10 sene içerisinde pazar paylarını önemli derecede artırmıştır. Raporumuzda özellikle 2008 krizi sonrası dünya ve Türkiye Katılım Bankacılığı Sektörü incelenerek, gelecek yıllarda büyüme hedeflerine ulaşabilmeleri için atılması gereken adımlara yer verilmektedir.



1. Bölüm:

Dünya’da katılım bankacılığı ve Türkiye’nin konumu

Grafik 1 – Dünyada İslami Finans Sektör Dağılımı (2012)

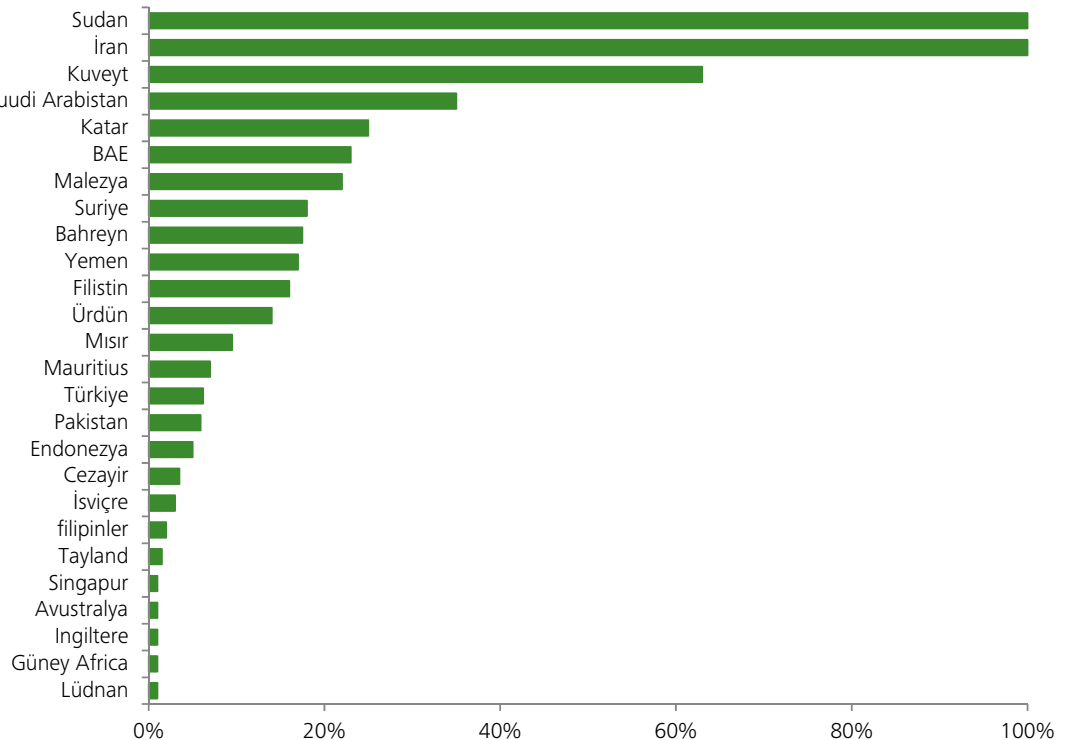


Kaynak: TKBB

2012 yılı sonu itibarıyla Dünya’da İslami Finans sektörünün büyüklüğü, 1,6 trilyon ABD Doları seviyesine yükselmiş olup, yüzde 81’i, yani 1.296 milyar ABD Doları ile bankacılık, 224 milyar ABD Doları ile (yüzde 14) sukuk, yani kira sertifikaları, 62,4 milyar ABD Doları ile faizsiz yatırım fonları (yüzde 3,9) ve 17,6 milyar ABD Doları (yüzde 1,1) ile de faizsiz sigortacılık alanlarından oluşmaktadır.

Grafik 2: Ülkelerin İslami Bankacılık Pazar Payı (2012)

İslami Bankacılık Pazar Payı



Kaynak: IFSB, Islamic Financial Services Board

Dünya geneline bakıldığında İslami Bankaların ağırlıklı olarak Ortadoğu ve Güney Asya bölgelerinde varlığı bulunduğu görülmektedir. Başta tüm finansal sistemin sadece İslami kurallara uyumlu olduğu İran ve Sudan olmak üzere, Körfez Ülkeleri ve Malezya İslami finansın ana pazarları olarak şekillenmektedir.

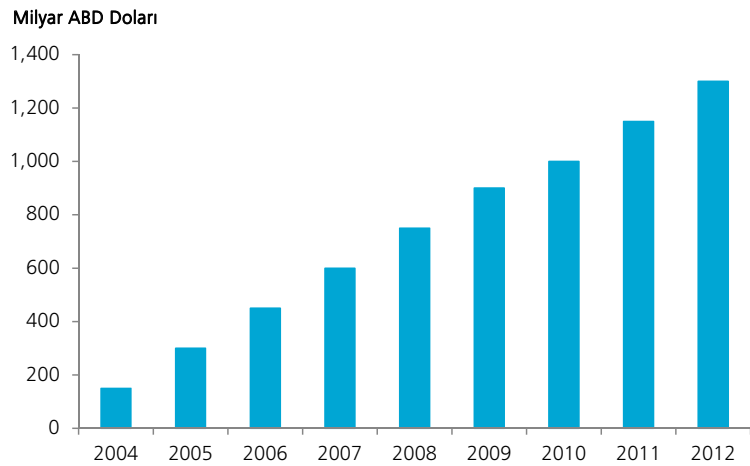
Halen gelişmekte olan Pakistan, Türkiye ve Endonezya ise gelecekte özellikle butik İslami finans pazarında önemli pay alması beklenen ülkeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplam 500 milyon nüfusu ile dünya müslüman nüfusunun yaklaşık üçte birinin yaşadığı bu ülkelerde hem halen hizmet almayan ama İslami kurallara yakın müşteri potansiyellerinin olması hem de mevcut ürün portföylerinin yeterince gelişmemiş olmasına rağmen gün geçtikçe pazar paylarının büyümesi beklentileri önemli derecede desteklemektedir.

Ortadoğu ve Asya Pasifik bölgeleri dışında, İngiltere, Avustralya, İsviçre, Güney Afrika, ABD, Çin, Fransa ve Japonya gibi Müslüman nüfusun yoğun olmadığı ülkelerde de önemli girişimler başlatılmıştır. Özellikle 5 katılım bankası ile İngiltere bu ülkeler arasında öncü olarak görülmektedir. Dünya'nın önde gelen finans merkezlerinden İngiltere'nin, 2014 yılında ağırlıklı nüfusu Müslüman olmayıp da, İslami tahvil satışı yapan ilk ülke olması beklenmektedir. İlk olarak 1982'de İslami finans alanında adım atan İngiltere bugün yaklaşık 20 milyar ABD Dolarına ulaşan varlıkları ve alandaki yatırımları, devlet desteği, eğitim imkânları ve araştırma merkezleri ile bu alanda öncülük etmektedir.

2000'li yılların başında katılım bankaları niş pazarlarda kısıtlı sayıda finansman ve mevduat ürünleri ile hizmet verirken, özellikle Asya Pasifik ülkelerindeki farkındalığın artması ve ürünlerin gelişmesi ile hızlı bir gelişim trendine ulaşmıştır. 2000'li yılların ortasına kadar regülasyon konularında Körfez ülkeleri ve Malezya önderliğinde önemli gelişmeler kaydedilmiş global anlamda da pazarın gelişimini destekleyecek anlaşmalara varılmıştır. 2008 yılında Dünya'da yaşanan finansal kriz dönemi ve sonrasında iş modelinin benimsenmesi ve desteklenmesi nedeniyle büyümede süreklilik sağlanmıştır.

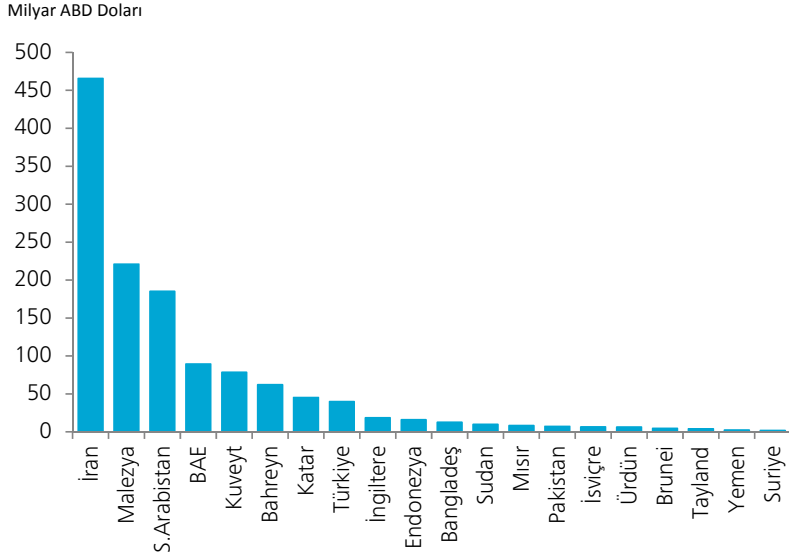
Dünya'da Katılım bankalarının varlıklarının 2004 – 2012 yılları arasında ortalama %40 büyüyerek 1,3 trilyon ABD Doları seviyelerine ulaşması bu iş modelinin ne kadar benimsendiğini göstermektedir.

Grafik 3 – Dünya İslami Bankacılık toplam varlıklarının yıllara göre dağılımı



Kaynak: IFSB, Islamic Financial Services Board

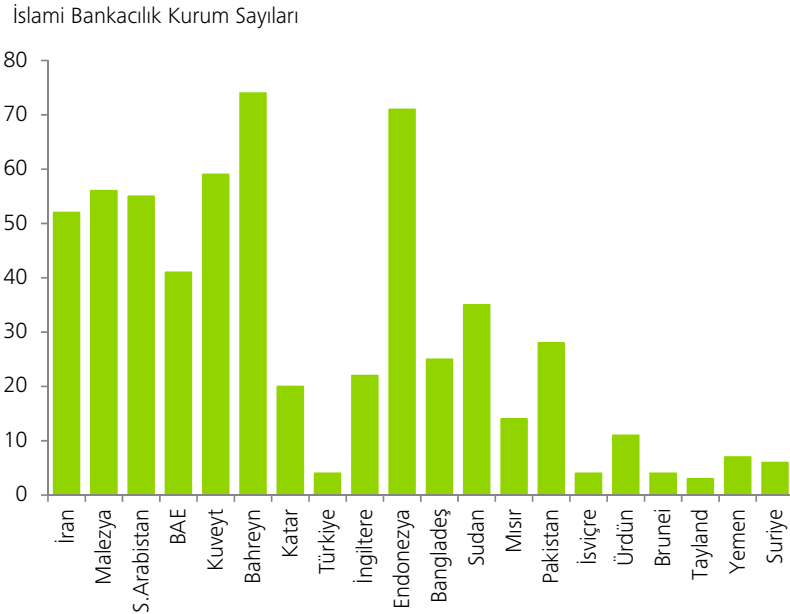
Grafik 4 – Ülkelerin İslami Bankacılık Finansal Varlıkları (2012)



Kaynak: TKBB

Dünya’da İslami Bankacılık varlıklarının %36’sı İran, %17’si Malezya, %14’ü Suudi Arabistan’da bulunmakta olup Türkiye sadece %3,1 paya sahiptir. Türkiye’nin nüfusu, bankacılık sektörü toplam aktifleri ve sadece dört katılım bankası ile 2013 üçüncü çeyreği itibarıyla %6,1 pazar payına ulaşmış olduğu düşünülürse en az 50 ve üzeri İslami finans kurumunun bulunduğu Malezya, Endonezya ve Körfez ülkelerinden daha fazla gelişme potansiyeli olduğu değerlendirilebilir.

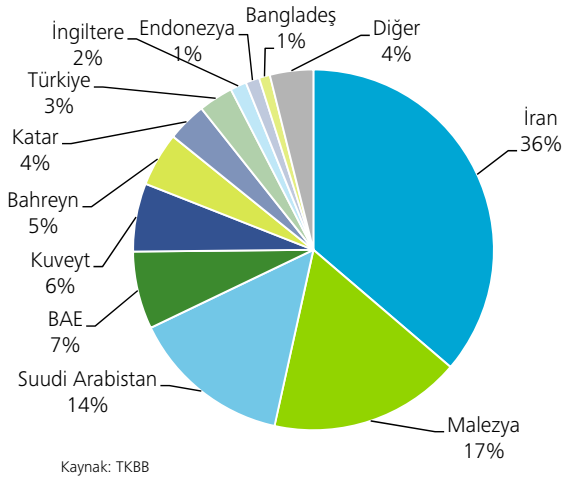
Grafik 5 – Ülkelerin İslami Bankacılık Kurum Sayıları (2012)



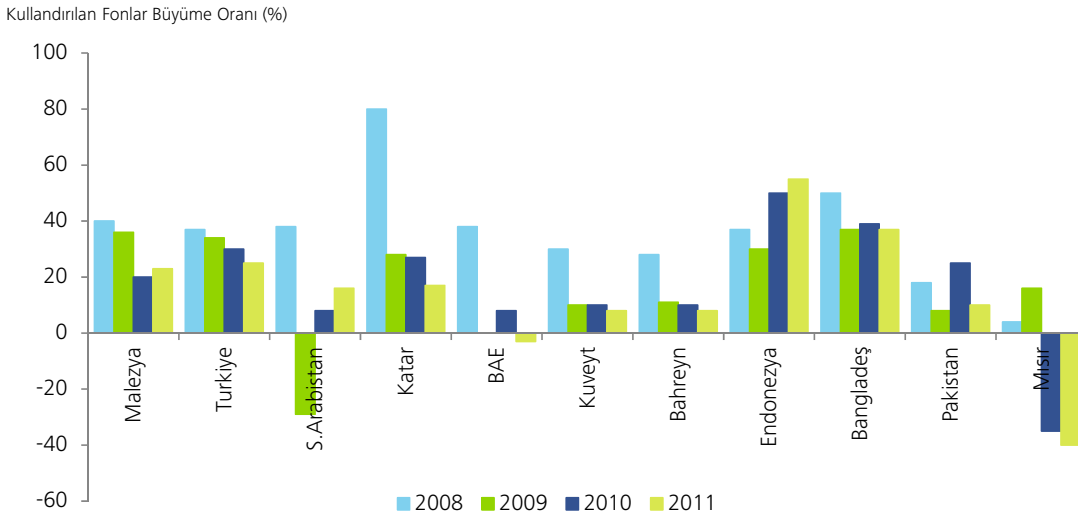
Kaynak: TKBB



Grafik 6 – Global İslami Bankacılık Varlıklarının Ülkelere Göre Dağılımı



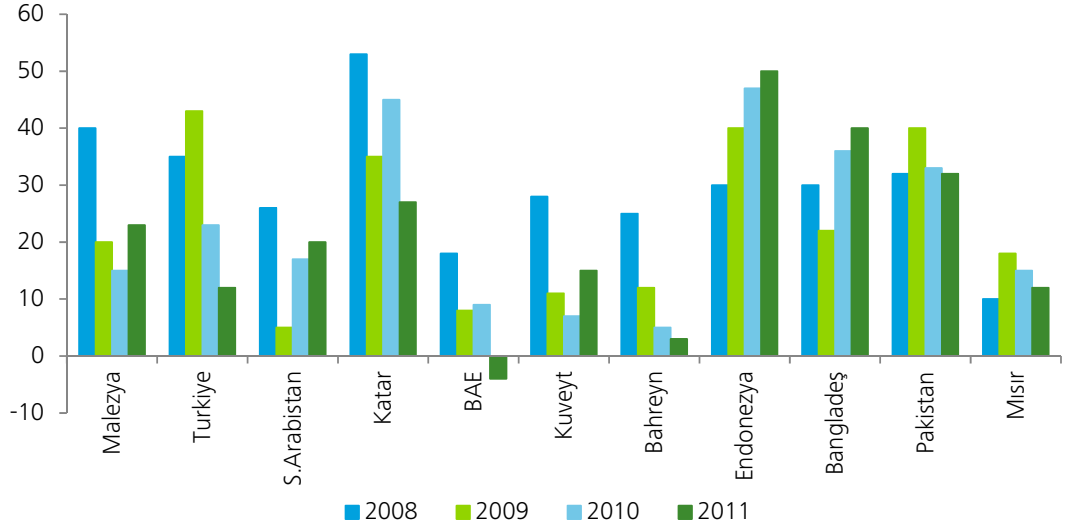
Grafik 7 – Seçilmiş Ülkelerin İslami Bankacılık Kullandırılan Fonlar Büyüme Oranları



Kaynak: IFSB, Islamic Financial Services Board

Grafik 8 – Seçilmiş Ülkelerin İslami Bankacılık Toplanan Fonlar Büyüme Oranları

Toplanan Fonlar Büyüme Oranı (%)

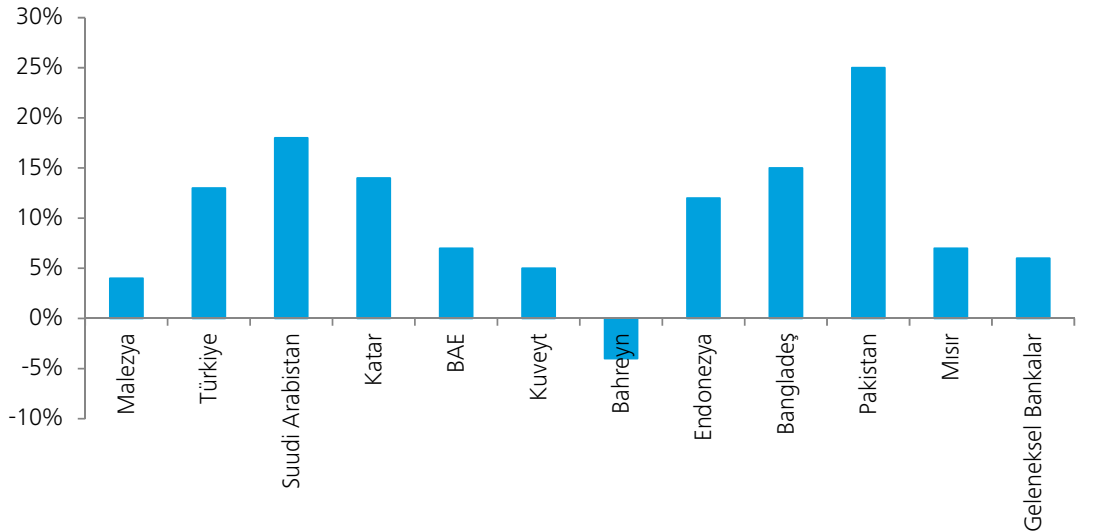


Kaynak: IFSB, Islamic Financial Services Board

Kullandırılan fonlar değerlendirildiğinde Malezya, Türkiye, Endonezya, Katar ve Bangladeş son yıllarda önemli büyüme kaydetmiş ülkeler arasında sayılmaktadır. 2008 yılından sonra büyüme ivmesi her ne kadar Endonezya dışındaki diğer ülkelerde yavaşlama gösterdiyse de yıllık büyüme oranını %20 – 25'lerin üstünde tutarak özellikle 2008 krizi sonrası global finansal sektörün yaşadığı sorunların etkisini daha az gördükleri değerlendirilebilir. Toplanan fonlardaki ivmenin neredeyse tüm ülkelerde %20-%30 bandının üzerinde seyretmesi piyasanın İslami Finans Kurumları'na olan güvenini daha net göstermektedir.

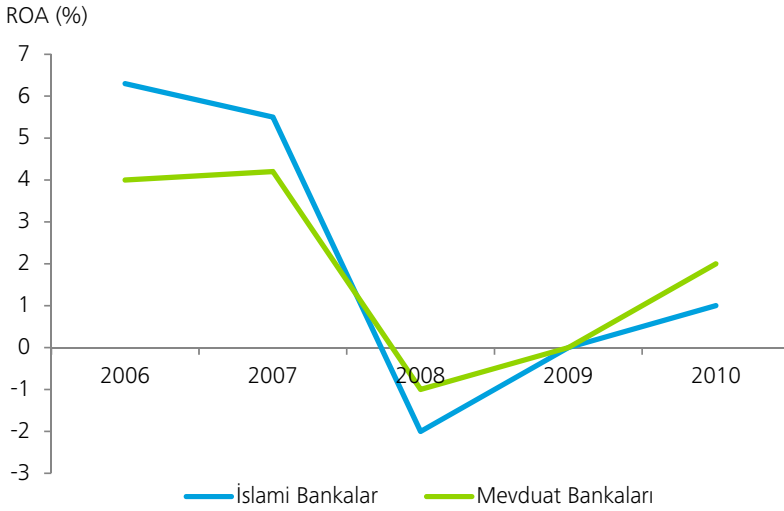
Grafik 9 – Ülke Bazında İslami Bankacılık Özkaynak Karlılığı Performansları (2011)

Özkaynak Karlılığı Oranı



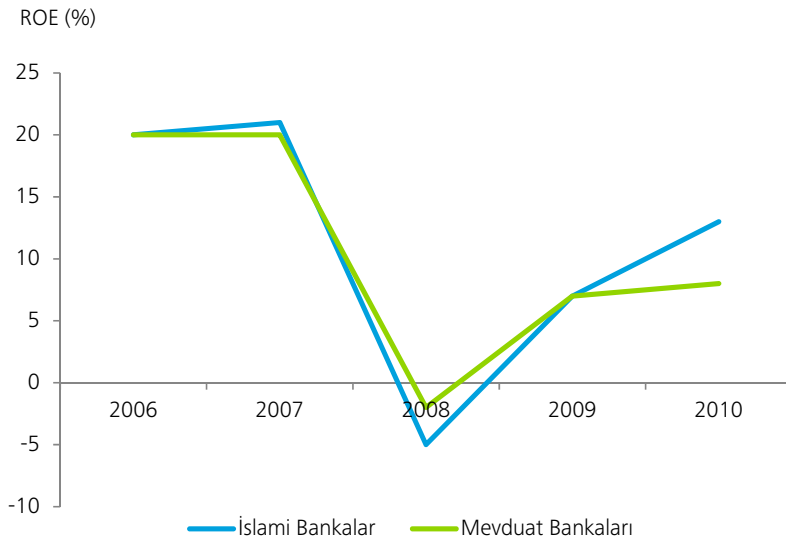
Kaynak: IFSB, Islamic Financial Services Board

Grafik 10 – Körfez Ülkeleri İslami Bankalar ve Mevduat Bankaları Aktif Karlılığı (ROA) Karşılaştırma



Kaynak: International Journal of Financial Research

Grafik 11 – Körfez Ülkeleri İslami Bankalar ve Mevduat Bankaları Özkaynak Karlılığı (ROE) Karşılaştırma



Kaynak: International Journal of Financial Research

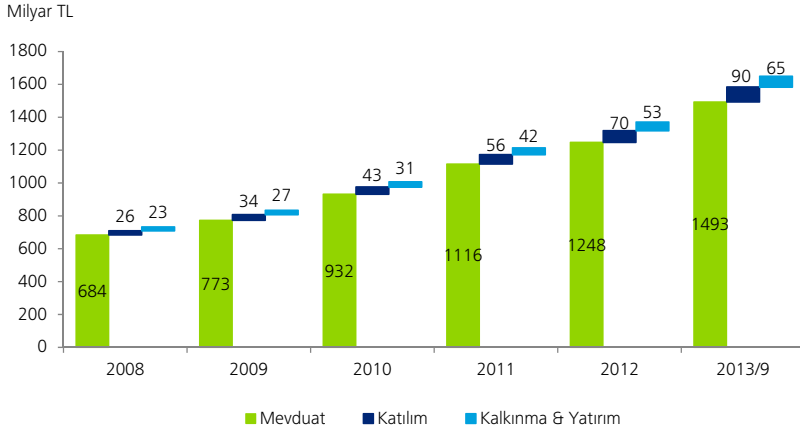
İslami bankacılık kârlılık performansları değerlendirildiğinde Ortadoğu ülkeleri dışında kalan Türkiye, Pakistan, Bangladeş ve Endonezya ile birlikte katılım bankaları için önde gelen pazarlardan biri olmuştur.

IMF tarafından yayınlanan "The Effects of the Global Crisis on Islamic and Conventional Banks: A Comparative Study" raporunda belirtildiği üzere katılım bankalarının işletme modelinin finansal krizden sağlam çıkmasına sebep olduğu değerlendirilmektedir. Geleneksel bankaların borçlanma bazlı ve risk transferi üzerine kurulmuş iş modeli İslami bankacılık sektöründe ise varlık bazlı ve risk paylaşımı odaklıdır. Gerçek bir ticari faaliyeti finanse etmek üzere kurulan bu model sayesinde İslami bankacılık alanında hizmet veren kurumlar reel ekonominin trendlerine daha yakın olup Mevduat bankalarının maruz kalabileceği piyasadaki "balonlardan" oluşacak risklerden arınabilmektedir. İslami bankalar, reel sektör gelişmelerine bağımlılıkları nedeniyle, gerek aktif gerekse özkaynak karlılığı, alternatif gelir elde etme olanakları daha yüksek olan mevduat bankalarına göre 2008 yılında gerçekleşen krizden daha fazla etkilenmişlerdir. Ancak Ortadoğu ve Asya Pasifik ülkeleri gelişen ekonomik koşulları nedeniyle, İslami Bankalar kriz öncesi dönemdeki başarılı performans seviyelerine hızla tekrar ulaşabilmıştır.

2. Bölüm:

Türkiye’de katılım bankacılığı değerlendirme

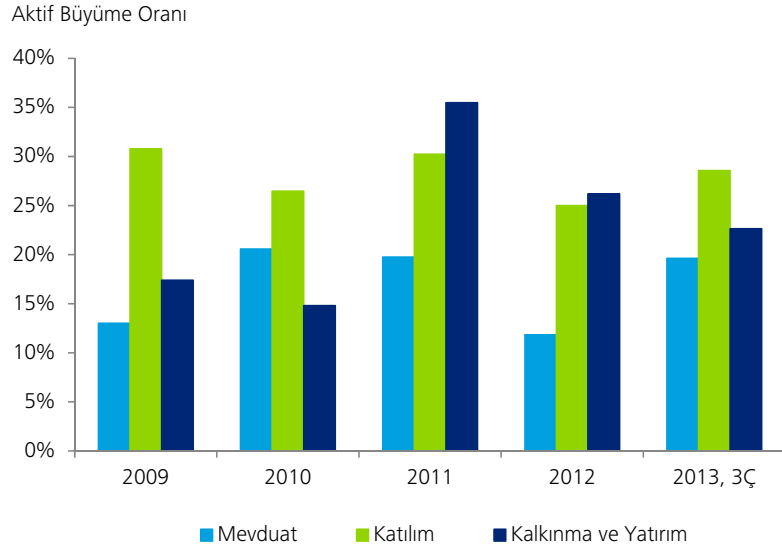
Grafik 12 – Banka Türlerine Göre Aktif Büyüklükleri



Türkiye’de 1985 yılında ilk katılım bankasının kurulmasından sonra, 2000’li yılların başında bankacılık sektörü aktiflerinin %2’sine ancak ulaşırken, 2010 yılında %4,3 oranına ulaşmış ve özellikle son beş yıldaki hızlı büyüme ivmesi ile 2013’ün üçüncü çeyreği itibariyle 90,7 milyar lira aktif büyüklüğü ile bu oran %6,1’e ulaşmıştır. 2013 yılı üçüncü çeyreği itibariyle toplanan fonlar %22 artarak 59,8 milyar liraya, kullanılan fonlar ise %28 artarak 63,9 milyar liraya yükselmiştir. 9 aylık toplam net karı, geçen yılın aynı dönemine göre %9 artışla 786 milyon lira olmuştur.

Katılım bankaları son beş yıl içerisinde aktif büyüklüğünde mevduat bankalarına göre daha yüksek bir büyüme sergilemiştir.

Grafik 13 – Banka Türlerine Göre Aktif Büyüme Oranları

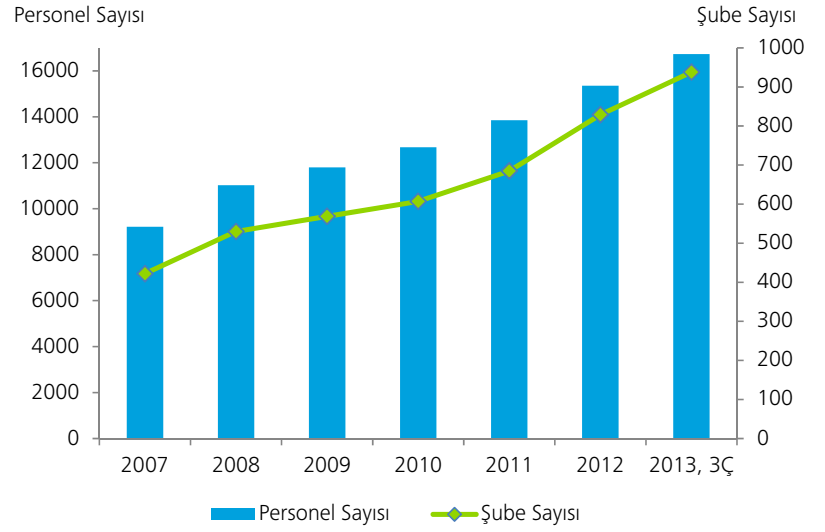


1985 yılında 2 banka ve 2 şube ile başlayan ve 2003 yılında 188 şube ve 3520 personel istihdam eden katılım bankaları bugün 4 katılım bankası ile toplam şube sayısı Eylül 2013 itibariyle 938, personel sayısı ise 16 bin 731 olmuştur.

Katılım bankalarının performansı incelendiğinde son 5 yılda özellikle Kuveyt Türk’ün katılım bankaları arasında aktif büyüklük pazar payı %21’den %26’ye çıkararak önemli bir atılımda bulunmuştur. Bank Asya pazar payını %31 – 32 bandında sabit tutmayı başarmışken, Albaraka Türk ve Türkiye Finans ikiye puan pay kaybetmişlerdir. Gözlenen bir diğer husus ise özellikle Kuveyt Türk ve Türkiye Finans’ın son yıllarda net kârlarını önemli seviyede artırmış olmalarıdır.

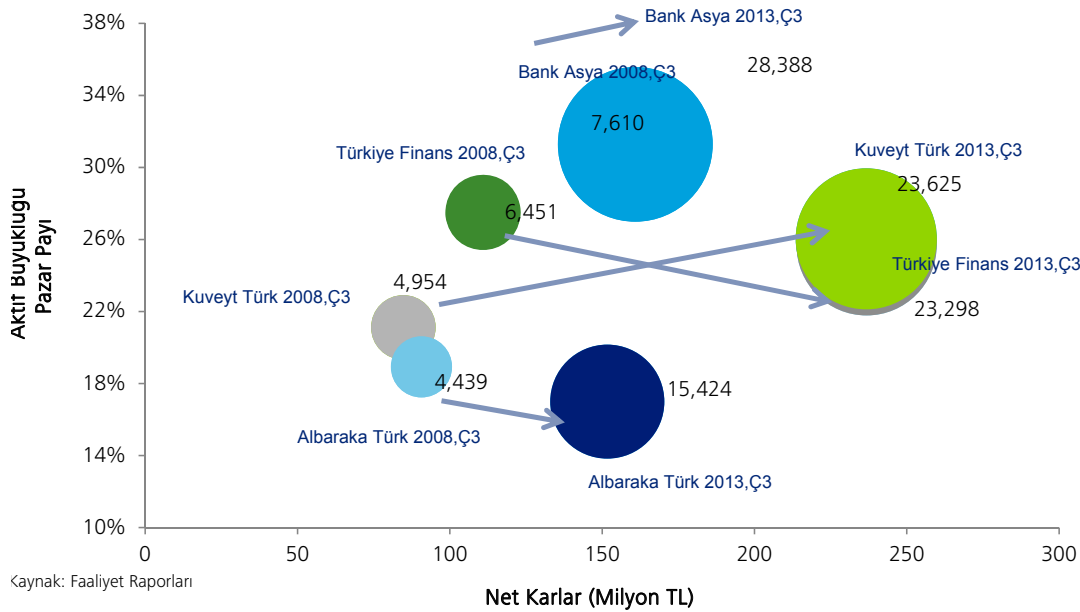
Sermaye yeterlilik oranları incelendiğinde kriz dönemi sayılan 2007-2010 yılları arasında tüm katılım bankalarının yüksek oranlar tuttuğu görülmekte olup sonraki yıllar bu oranın biraz azalma gösterdiği görülmektedir. Bir diğer önemli değerlendirme ise 2012 yılından itibaren başlayıp 2013 3. çeyreğinde görülebilen tüm katılım bankalarının birbirine çok yakın oranlara ulaştığıdır. Mevduat bankaları ortalaması ile karşılaştırıldığında katılım bankaları genelde daha düşük bir sermaye yeterlilik oranı sergilemiştir.

Grafik 14 – Katılım Bankaları Personel ve Şube Sayısı Dağılımı



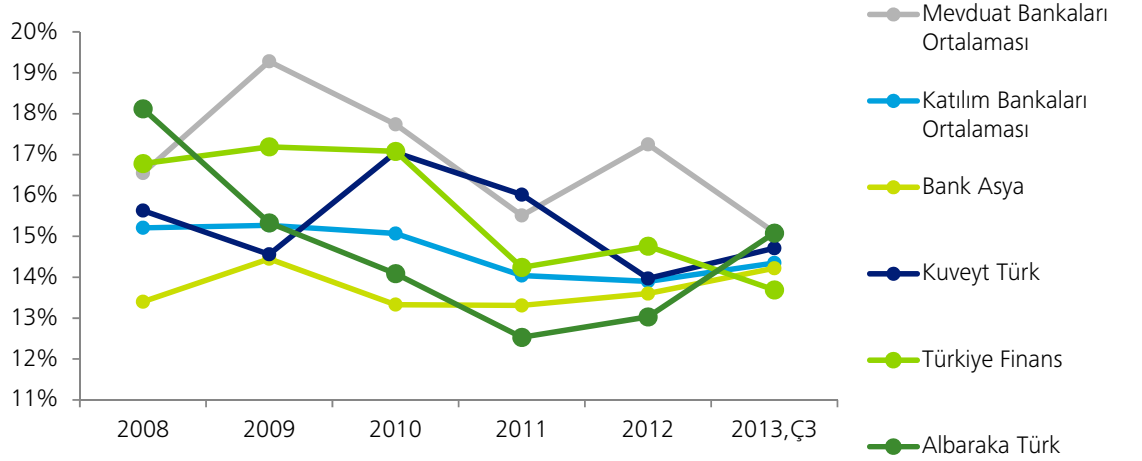
Kaynak: TKBB

Grafik 15 – Katılım Bankaları Aktif Büyüklüğü, Net Karlar Oranı ve Katılım Bankacılığı İçerisindeki Pazar Payı Dağılımı



Kaynak: Faaliyet Raporları

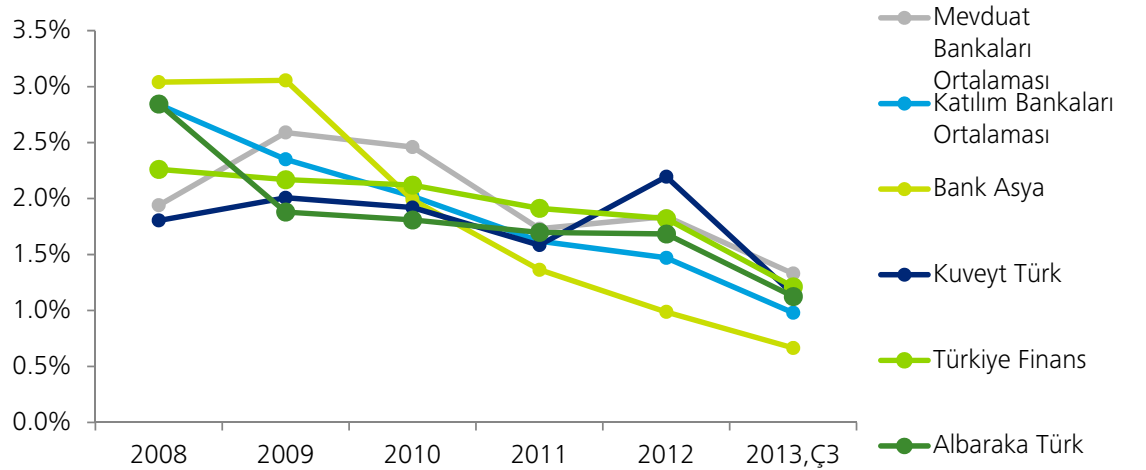
Grafik 16 – Sermaye Yeterlilik Oranları



Kaynak: Faaliyet Raporları, BDDK

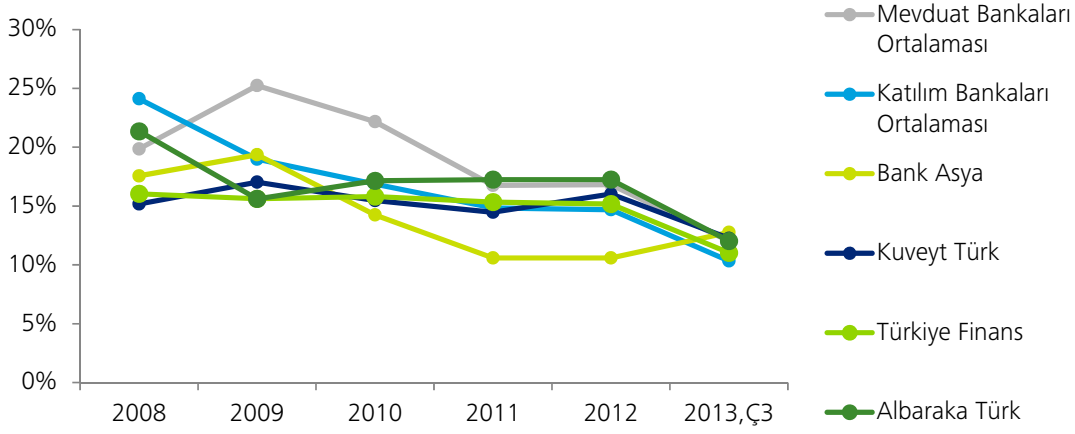
2007 yılından itibaren düşüş kaydeden aktif karlılığı oranı, 2013 3. Çeyrek itibariyle özellikle Bank Asya'da önemli bir düşüş kaydetmiştir. Aynı şekilde 2007 yılında %15 – 30 gibi geniş bir bantta bulunan özkaynak kârlılığı oranı 4 katılım bankası için 2013 3. çeyreğinde %10 – 15 bandına inmiştir. Katılım bankaları aktif ve özkaynak kârlılığı 2008 yılı dışında ağırlıklı olarak mevduat bankalarının altında seyretmiştir.

Grafik 17 – Aktif Karlılığı (ROA)



Kaynak: Faaliyet Raporları, BDDK

Grafik 18 – Özkaynak Karlılığı (ROE)

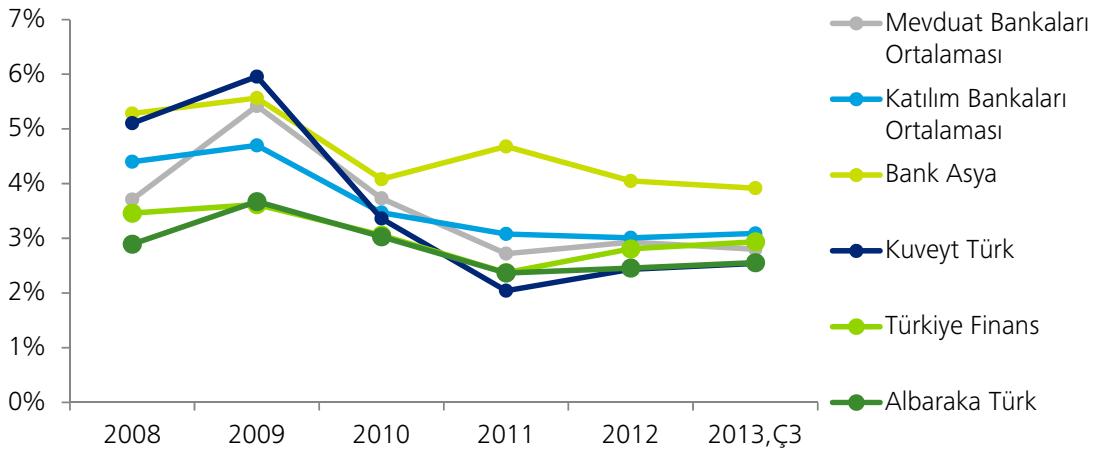


Kaynak: Faaliyet Raporları, BDDK

Katılım bankalarının kriz döneminde batık kredi oranı %5'lere yaklaşmışken 2011 sonrasında %2-3 oranlarına düşmüştür.

Katılım Bankaları son yıllarda Türkiye pazarı dışında varlıklarını da büyütme çalışmaktadır. Bu amaçla özellikle Kuzey Irak, Körfez Ülkeleri ve Kuzey Afrika'da açtıkları şube ve temsilciliklerle büyüme stratejilerini yeni pazarlara girmek olarak şekillendirmişlerdir.

Grafik 19 – Takipteki Krediler Oranı

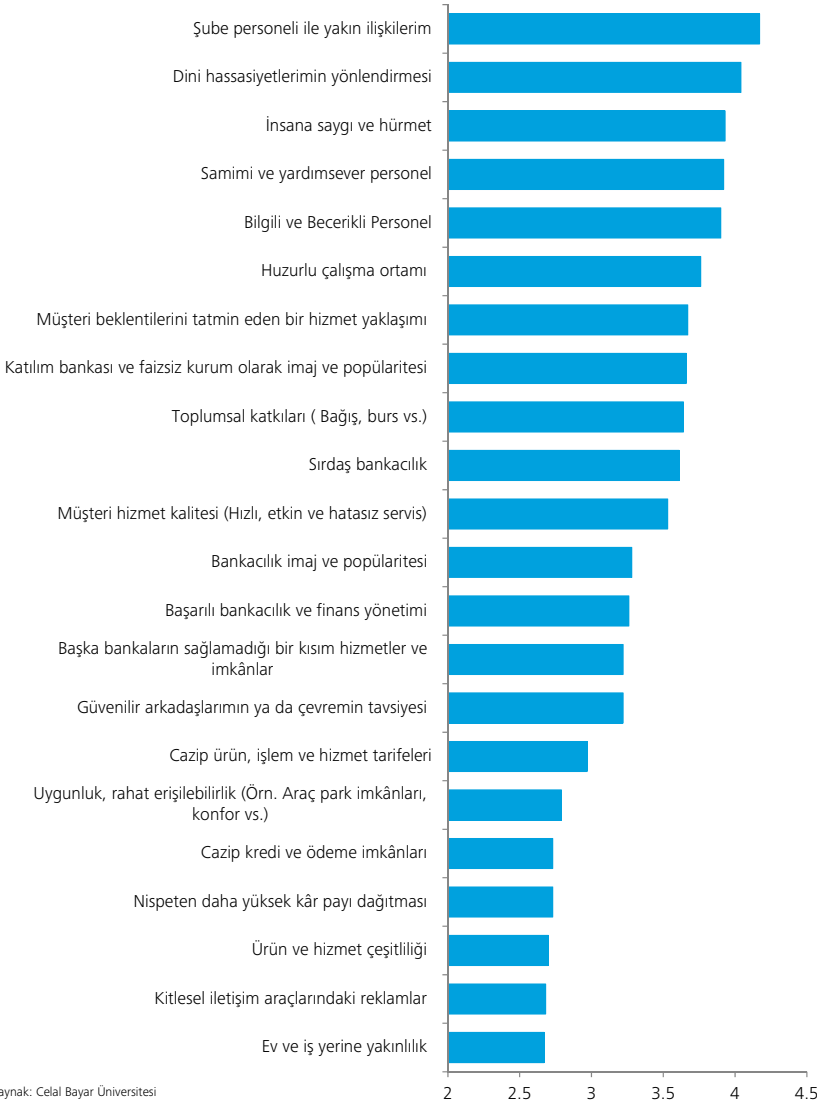


Kaynak: Faaliyet Raporları, BDDK

3. Bölüm:

Katılım bankacılığı gelecek trendleri

Grafik 20 - Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih sebepleri (ifadeler, ölçek üzerinde 1’den 5’e doğru değerlendirilmiştir; 1=kesinlikle katılmıyorum ve 5=kesinlikle katılıyorum)



Kaynak: Celal Bayar Üniversitesi

Katılım bankaları hakkında yapılan “Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri” anketi sonucunda, “Şube personeli ile yakın ilişkiler” en önemli sebep seçilmiştir, ikinci en önemli sebep “Dini hassasiyetlerimin yönlendirmesi”; üçüncü sebep “İnsana saygı ve hürmet”; olmuş, “Samimi ve yardımsever personel” ve “Bilgili ve Becerikli Personel” ise dördüncü ve beşinci sebepler olarak takip etmiştir.

Bu analiz sonucuna göre katılım bankalarının en önemli tercih sebebi müşterilerin banka ile olan iyi ilişkileri olarak gözlemlenebilir. Ayrıca bir diğer önemli sonuç ise müşterilerin finansal beklentileri, ürün ve hizmet çeşitliliği, hızlı ve kolay erişilebilir hizmet değerlerinin, dini sebeplere nazaran daha az önemli olduğudur.

Bu değerlendirmede görülen katılım bankalarının müşteri ile birebir ilişkiye verdikleri önemin sonuçlarını aldıklarını göstermektedir. Fakat, müşterilerin gün geçtikçe şubelere daha az uğrayarak ağırlıklı teknolojik çözümleri tercih etmeleri nedeniyle, müşteri ile yaratılan güçlü ilişki bağlarının gelecekte banka performansına bugünkü kadar fark yaratıcı bir etkisi olmayacaktır. Üç kategoride yapılan araştırma sonuçlarına göre müşterilerinin banka tercihlerindeki en önemli etkenler, komisyon, masraf ve faiz oranlarının uygunluğu, ödeme ve para transferi hizmetlerinin etkinliği ve en son olarak şubelere ulaşım ve iletişim olarak sıralanmıştır.



Yeni nesli temsil eden birey ve kurumlar ilişkiden, hızlı ve yalın bankacılık hizmetleri talep edecek olmaları nedeniyle, orta uzun vadede kuvvetli ilişki yönetimine ek olarak müşteriye değer katacak, teknolojinin ön planda tutulduğu hizmetlerin sunulması durumunda sektörde oldukça önemli bir avantaj elde edebileceklerdir. Bunu sağlamak için, iyi bir bilgi teknolojileri altyapısı dışında, müşterileri anlayan, yorumlayan, yönlendiren gelişmiş bir müşteri ilişkileri yönetim sistemine ihtiyaç bulunmaktadır.

Katılım bankalarının gelecekte bir diğer değerlendirilmesi gereken durum ise müşterilerinin üçte birine yakınının katılım bankalarının yanı sıra diğer geleneksel bankaların da müşterisi olmalarıdır. Müşterilerin büyük bir kesiminin sadece katılım bankaları ile çalışmaması, geleneksel bankaların ürün/ hizmet ağının genişliği ve müşterilerin finansal beklentilerinin halen rekabet alanında önemli bir faktör olduğu görülmekle ve katılım bankalarının bu alanlarda yapacakları atılımlarla çok daha geniş kitlelere yönelebilecek olmaları bir fırsat olarak göze çarpmaktadır.

Bugünkü ortamda katılım bankalarının güçlü ve zayıf yönleri değerlendirildiğinde

Güçlü Yönleri	Zayıf Yönleri
Son yıllarda güçlü aktif, kredi ve mevduat artışı	Kredi kartı alanında yetersiz pazar payı
Faizsiz ürün ve hizmetler için müşteri talebinin artması	İnternet ve mobil bankacılığına artan fakat hala geleneksel bankaların gerisinde olan yönelim
Orta ölçekte bankalarla karşılaştırıldığında yüksek özkaynak ve aktif karlılığı sağlanması	Geleneksel bankalar ile karşılaştırıldığında düşük likidite oranı
Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA) bölgesinde güçlü muhabir banka ağına sahip olunması	Faizsiz ürünlerin yol açtığı kısıtlamalar sebebiyle geleneksel bankalar ile tüm ürünlerde rekabet edilememesi
Kıymetli maden ürünlerinde faizsiz kazanç ile farklılık yaratabilme olanağı	Geleneksel bankalara kıyasla daha düşük coğrafi erişim
	Geleneksel bankalar ile karşılaştırıldığında başlıca bir ürün farklılığı olmaması

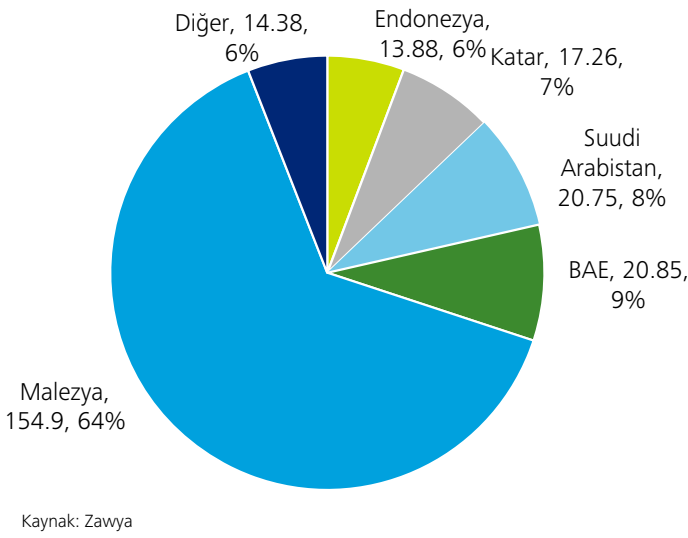
Bugünkü ortamda katılım bankalarının fırsat ve tehditleri değerlendirildiğinde

Fırsatlar	Tehditler
Genç ve geniş nüfus	Ölçek ekonomisi avantajı ile lider konumdaki bankaların artan gücü
Hükümetin KOBİ'ler için özellikle Anadolu'da artan desteği	Küresel ekonomide yaşanan sorunlar
Kayıtlı ekonomiyi arttırmak amacıyla strateji ve vergi düzenlemelerinde ilerleme kaydedilmesi	Kredi büyümesine etki eden munzam karşılık oranlarında artış
MENA bölgesi ve İslam ülkeleriyle artan dış ticaret	Düşük seviyede yerel tasarruf oranı
Bankacılık sistemi konusunda artan müşteri/katılımcı farkındalığı	Yatırımcıların katılım bankacılığı ürünleri konusundaki bilgi eksikliği
Bankacılık hizmetlerinde farklılık yaratarak faizsiz geliri arttırma potansiyeli	
Banka hizmetleri (yeterince) almayan nüfus	
Doğrunluğa ulaşılmamış ve/veya yeterince pazarlanamamış ürün ve hizmetler	



Katılım bankalarının, önümüzdeki dönemde pazar payını büyütme ve tüm finansal sektör ile rekabet edebilecek hale gelebilmeleri için önemli konular:

Grafik 21 – Sukuk Piyasası Dağılımı (milyar ABD Doları, 2012)



Ürün ve hizmet çeşitliğinin artırılması

Bugün, katılım bankalarının ürün ve hizmet ağını yurtdışında İslami finans pazarının gelişmiş ülkelere göre daha geliştirecek alanları mevcuttur. Konu sadece ürün geliştirmeye yapılacak yatırımların artması olmayıp, gerekli yasal düzenlemelerin sağlanması ve teknolojinin önderliğini sağladığı ürünlerin sunulmasıdır.

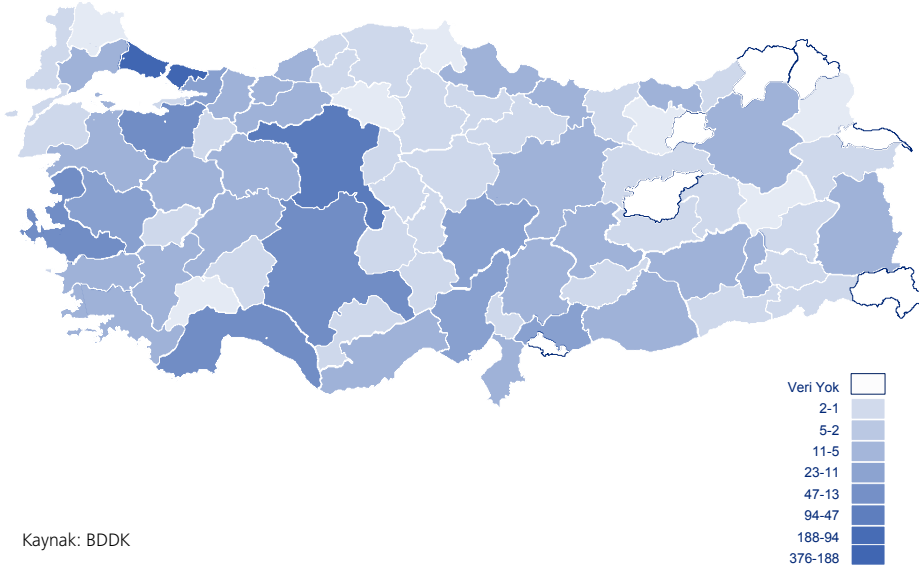
Fonlama olanaklarının artırılması

2013 yılında yayınlanan Uluslararası Kredi Derecelendirme Kuruluşu Standard and Poors (S&P) raporuna göre, Türkiye'de gelişen İslami Bankacılık sektörünün bu hızda büyümesini desteklemek için, sadece yurtiçi tasarrufların çekilmesi yeterli olmayacak, taze sermaye ve fonlama ihtiyacının da doğması beklenmektedir. İş modelleri nedeniyle katılım bankalarının geleneksel bankalara göre daha kısıtlı fonlama kaynakları bulunmaktadır. Özellikle 2011 yılında Kuveyt Türk tarafından başlatılan ve dört katılım bankası tarafından değerlendirilen sukuk ve murabaha sendikasyonu işlemleri sayesinde büyümeye önemli destek verilebilmiştir (2013 yılında Türkiye'de yaklaşık 7 milyar liraya ulaşması beklenmekte olup 2012 yılında 240 milyar dolara ulaşan Dünya sukuk piyasasında Türkiye'nin payı oldukça küçük kalmıştır). Gerek İslami finans kurumlarının finans piyasasındaki etkinliği gerekse devletin önemli yasal düzenlemeleri ile Malezya 154 milyar dolar ve %64 pay ile sukuk piyasasının öncüsü olmuştur. Malezya, BAE gibi öncü ülkeler özellikle alt yapı hizmetlerini fonlamak amacıyla kamu kurumları aracılığıyla sukuk ihraç etmişlerdir. Türkiye'nin sukuk ihracı piyasasının gelişmesi için en önemli unsur kamu kurumlarının daha fazla devreye girmesi ve alt yapı projelerinde sukuk finansmanının daha çok kullanılmasıdır.

Daha geniş kitlelere ulaşım sağlanması

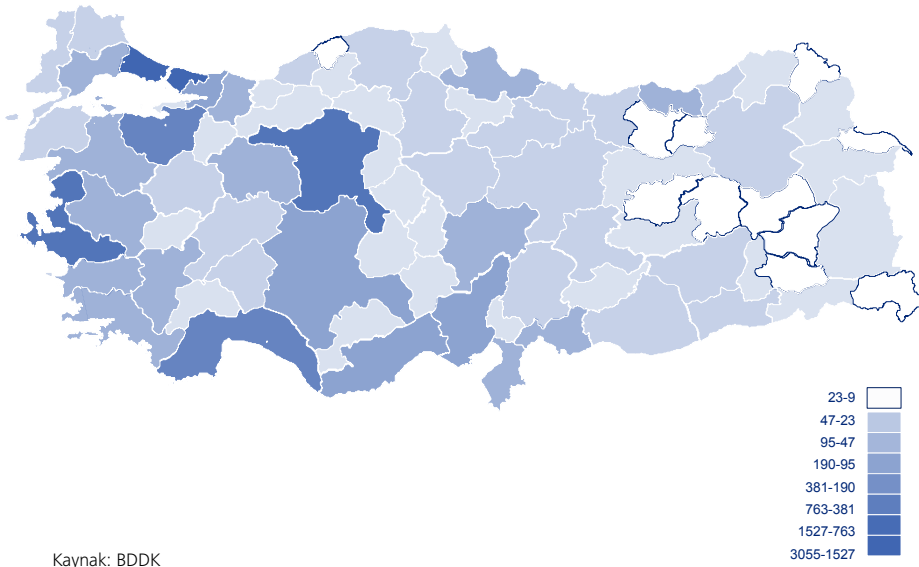
Katılım bankalarının faaliyet modelleri nedeniyle halen bankalarla çalışmayan ve güvene önem veren kitlelere ulaşma potansiyeli geleneksel bankalara göre oldukça yüksek olup, bugünkü şube sayıları ve dağılımı yeterli görülmemektedir. Katılım bankalarının özellikle son yıllarda hızla şubeleşme çabalarını önümüzdeki yıllarda da devam ettirmeleri gerekmektedir.

Tablo 22 - Katılım Bankaları Şube Ağı Dağılımı



Kaynak: BDDK

Tablo 23 – Mevduat Bankaları Şube Ağı Dağılımı



Kaynak: BDDK

Bugün halen katılım bankalarının bulunmadığı şehirler olup, mevduat bankaları ile ülke üzerinde benzer bir dağılıma sahip bulunmaktadır. Bugün bir caddesi üzerinde aynı bankanın birden çok şubesi bulunabilen büyük şehirlerdeki rekabet Anadolu'daki potansiyele doğru yönelmekte olup halen sadece 51 ilimizde dört katılım Bankasının da şubeleri bulunmakta ve halen 7 ilimizde de hiçbir katılım bankası bulunmaktadır. 81 ilin 81'inde de en az 9 şubesi bulunan mevduat bankaları ile katılım bankalarının rekabet edebilmeleri için ülke genelinde daha fazla şube ağını geliştirerek müşteriye yaklaşımları gerekmektedir.

Sosyal medyanın geliştirilmesi

Günümüzde birçok küresel banka sosyal medya platformlarını mevcut ve potansiyel müşterilere ulaşarak müşteri ilişkileri yönetimi, pazarlama ile yeni ürün geliştirme ve kriz yönetimi aktivitelerinde etkin bir şekilde kullanmaya başlamış bulunmaktadır. Deloitte tarafından yayınlanan Sosyal Medya Raporu'nda belirtildiği üzere, 2012 yılı itibari ile Facebook Türkiye'de en çok ziyaret edilen internet sitesi olmuştur. Türkiye'deki yaklaşık 29 milyon Facebook kullanıcısının %80'inin kullandığı banka, mezun olduğu okul, beğendiği markalar, telekomünikasyon şirketleri ve hayatlarına entegre olmuş olan pek çok sayfayı takip etme eğiliminde oldukları değerlendirilirse sosyal medya Türk bankacılık sektörü için çok önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Bugün itibariyle önde gelen geleneksel bankaların Facebook üzerinde 800.000 ile 1,5 milyon takipçisi bulunurken katılım bankaları bu sayının çok gerisinde kalmıştır. Geleneksel bankaların sosyal medya sayfaları ve bu sayfalar üzerinden sundukları ürün, hizmet ve bilgilendirme halen katılım bankalarına göre oldukça gelişmiş olup geleceğin şubesiz bankacılık yapı taşlarını oluşturmaktadır. Katılım bankalarının müşteri profilindeki değişim gerçekleşikçe ve daha geniş kitlelere ulaştıkça sosyal medya fark yaratmak için son derece önem kazanacaktır.

Müşteri analitiği alt yapısının geliştirilmesi

Müşteri ile, özellikle şube üzerinden, yakın ilişki prensibini ağırlıklı kullanan katılım bankalarının teknolojik hizmetlerin artması ve yeni nesil müşterilerin hızla çoğalması nedeniyle gün geçtikçe geleneksel yöntemlerle müşteri ihtiyaçlarını anlama, ürün pazarlama ve hizmet sunma imkanı azalacaktır. Bu sebeple, katılım bankalarının da ellerindeki veri tabanını daha etkin kullanarak satış ve pazarlamaya yönelik analitik çözümleri hızla hayata geçirmeleri gerekmektedir.

Eğitim kaynaklarının geliştirilmesi

Sadece banka personeline yönelik değil ayrıca ülke çapında katılım bankacılığı üzerine araştırma yapan akademisyenlerin yetişmesi ve katılım bankaları ile çalışan kurumların bilgi alanlarının geliştirilmesi için lisans ve yüksek lisans programlarının sayısının ve içeriğinin zenginleştirilmesi gerekmektedir. London School of Economics, Oxford, Harvard, Cambridge gibi dünyanın önde genel üniversiteleri dahil olmak üzere pek çok ülkede İslami Finans üzerine lisans ve yüksek lisans programları sunulurken, Türkiye'de sadece katılım bankalarının kendi imkanları ile sundukları eğitimler dışında halen yeterli seviyede eğitim ihtiyacı karşılanamamaktadır. Türkiye'nin stratejik konumundan yararlanarak sağlam ve yenilikçi bir akademik altyapının ve araştırma merkezlerinin kurulması hem ülkemizdeki ürün geliştirme çalışmalarına destek olacaktır hem de bölgesel alanda Türkiye'nin söz sahibi olmasını sağlamaya yararlı olacaktır.



Algı ve tanıtım faaliyetlerinin güçlendirilmesi

Ülke genelinde yapılan bir anket sonucunda katılımcıların yüzde 41'i İslami bankacılık ürünleri konusunda daha çok bilgilendirilmeye ihtiyaç duymaktadır. Türkiye'de yaklaşık 30 yıldır faaliyet göstermesine rağmen üç tip kitle olduğunu belirten kaynaklar, bu kitlelerin faizsiz bankacılıkla ilgili düşüncelerini şöyle özetliyor: 'Katılım bankalarının gerekliliğine inananlar', 'Gerekliliğine inanan ancak faaliyetleriyle ilgili tereddüt taşıyanlar' ve 'Katılım bankalarının diğer bankalardan farklı olmadığını iddia edenler'. Böyle bir değerlendirmenin yapılması katılım bankalarının daha hızlı büyümesi için öncelikle halkın katılım bankaları hakkında daha doğru bilgilendirilerek algının kırılması gerektiğini göstermektedir.

2023 yılında bankacılık sektörünün %15'ini temsil etmesi planlanan katılım bankaları için mevcut katılım bankalarının dönüşüm çabaları ve yatırımları, kamu bankalarının katılım bankası kurma planı veya gündemdeki yasal düzenlemeler elbette önemli adımlar olmakla birlikte yukarıda saydığımız konuları içeren bir eylem planı oluşturulması ve gerek yurtiçi gerekse yurtdışında sağlam ama hızlı adımların atılması gerektiğine inanmaktayız. Bu alanda katılım bankaları, Türkiye Katılım Bankaları Birliği ve Devlete önemli görevler düşmektedir:

Büyüme odaklı satış ve pazarlama hedefleri geliştirerek, bu hedefleri desteklemek amacıyla hızla şubeleşmek ve özellikle yeni nesil müşterilere yönelik teknolojik ürün ve hizmetler geliştirmek, analitik çözümlerle desteklenmiş güçlü bir müşteri yönetim sistemi kurarak Genel Merkezlerden şube ağına daha etkin destek verilmesini sağlamak ve hızla artan personel sayısının eğitim seviyesini geliştirmek ve en önemlisi sadece dini hassasiyeti olan müşterilere değil tüm piyasadaki müşterilere yönelik aksiyon almak katılım bankalarının önümüzdeki yıllardaki en önemli gelişim alanları olacaktır.

Katılım bankalarının önümüzdeki dönemde bekleyen bir diğer önemli konu ise ülkemizdeki katılım bankalarına yönelik algının iyileştirilmesi için gerekli tanıtım faaliyetleri ile ilgili Türkiye Katılım Bankaları Birliği ile birlikte çözüm üretmesi gerekecektir.

Sukuk piyasasının gelişmesi için kamu kurumlarının desteği ve katılım bankalarının ürün ve hizmet yapısını geliştirebilmek için gerekli yasal düzenlemelerin yapılması önerilmektedir.

İş modelinin gün geçtikçe benimsenmesi ve Ortadoğu ve Asya Pasifik ülkelerinin sosyo-ekonomik yapılarının gelişmesi nedeniyle, bugün Dünya'da da büyümeye devam etmesi beklenen İslami Bankacılığa paralel olarak, tüm bu üç rolün uyum içinde etkin bir şekilde çalışması ile birlikte, İslami Finans'ın sadece Türkiye'deki gelişimine katkı sağlamakla kalmayacak, bu alanda bölgesel varlığının etkileyeceğine inanmaktayız.

Daha fazla bilgi için

Yücel Ersöz

Ortak

yerso@deloitte.com

Sait Osman Aytaman

Müdür

oaytaman@deloitte.com

Deloitte Türkiye

İstanbul

Sun Plaza
Maslak Mah. Bilim Sk. No:5
Şişli
34398
+90 (212) 366 60 00

Ankara

Armada İş Merkezi
A Blok Kat:7 No:8
Söğütözü
06510
+90 (312) 295 47 00

İzmir

Punta Plaza 1456 Sok.
No:10/1 Kat:12
Daire:14 - 15
Alsancak
+90 (232) 464 70 64

Bursa

Zeno Center İş Merkezi
Odunluk Mah. Kale Cad.
No:10 d
Nilüfer
+90 (224) 324 25 00

Adana

Günep Panaroma İş Merkezi
Reşatbey Mah. Türkkuşu Cad.
Bina No:1 B Blok Kat:7
Seyhan
+90 (322) 237 11 00



www.deloitte.com.tr

Deloitte, faaliyet alanı birçok endüstriyi kapsayan özel ve kamu sektörü müşterilerine denetim, vergi, danışmanlık ve kurumsal finansman hizmetleri sunmaktadır. Küresel bağlantılı 150'den fazla ülkedeki üye firması ile Deloitte, nerede faaliyet gösterirse gösterebilir, başarılarına katkıda bulunmak için müşterilerine birinci sınıf kapasitesini ve derin yerel deneyimini sunar. Deloitte'un yaklaşık 200.000 uzmanı, mükemmelliğin standardı olmaya kendini adanmıştır.

Deloitte; bir veya birden fazla, ayrı ve bağımsız birer yasal varlık olan, İngiltere mevzuatına göre kurulmuş olan Deloitte Touche Tohmatsu Limited ve üye firma ağına atfedilmektedir. Deloitte Touche Tohmatsu Limited ve üye firmalarının yasal yapısının detaylı açıklaması için lütfen www.deloitte.com/about adresine bakınız.